

PRESSEINFORMATION

150 Jahre Eduard Gerlach GmbH

Fokus Fuß mit Leidenschaft

Am 25. November 1868 wurde das ostwestfälische Familienunternehmen gegründet. Obwohl bereits vorher ein Kolonialwarenladen betrieben wurde, beschreibt dieses Datum die Gründung der heutigen Eduard Gerlach GmbH. Mit der Entwicklung der ersten industriell hergestellten Fußpflegecreme gilt Eduard Gerlach als Pionier der modernen Fußpflege. Seine Vision, den Fuß und seine Probleme in den Fokus der Gesellschaft zu rücken sowie Fußpflege für jeden erschwinglich zu machen, wurde über Generationen weitergegeben und führte dazu, dass sich das Unternehmen zum führenden Komplettanbieter in der Fußpflege entwickelte. Ein entscheidender Schlüssel des Erfolgs ist dabei die enge und treue Partnerschaft mit dem Fachhandel.

Das Stammhaus in der Langen Straße 39 in Lübbecke gelangte bereits vor Firmengründung in den Besitz der Familie Gerlach. Meister Gottschalk Gerlach ging damals dem Schmiedehandwerk nach. Seine Nachfahren hatten in der Folge verschiedene und mehrere Berufe gleichzeitig wie etwa Ökonom, Stadtkämmerer, Postexpediteur und Kolonialwarenhändler. Den Kolonialwarenhandel führte Ludwig Gerlach ab 1832. Zum Sortiment zählten Fisch, Käse, Mehl- und Teigwaren, Südprodukte, Liköre, Weine, verschiedene Essenzen, Schokoladen, Tee, Konfitüre oder Artikel für die gehobene Tafel.

Sein Sohn Eduard Gerlach der Ältere war es, der 1868 dieses Geschäft handelsrechtlich eintragen ließ und um eine Drogerie erweiterte. Damit gründete er vor 150 Jahren die Eduard Gerlach GmbH. Die enge Verbundenheit des Unternehmens mit der Stadt und der Region findet unter anderem Ausdruck in der Schlüsselmarke des Unternehmens. Sie enthält die beiden Schlüssel aus dem Stadtwappen. Diese hohe Ehre zahlte Inhaber Eduard Gerlach bereits damals durch sein soziales Engagement zurück.

Pionier der professionellen Fußpflege

Der Firmengründer zeichnete sich durch eine gute Beobachtungsgabe und ein gewisses Feingefühl für den Geist seiner Zeit aus: So war das ausgehende 19. Jahrhundert geprägt von einer hohen Mobilität der Landbevölkerung. Aber auch die Städter zog es oft fort, bedingt durch den geringer werdenden Bedarf an Fachkräften – eine Folge der Industrialisierung. Andere Menschen suchten geradezu die Mobilität. Je mehr sich in den Städten Maschinen und Schlote breit machten, desto stärker wuchs die Sehnsucht nach natürlicher Umgebung. Es verwundert nicht, dass sich genau zu jener Zeit der erste Deutsche Wanderverband gründete, seinerzeit noch als Dachverband der deutschen Gebirgs- und Wandervereine.

Ob freiwillig strapaziert oder nicht – die Füße wurden zu jener Zeit häufig mit einem Pottaschebad behandelt, um Schmerzen zu lindern und sie zu pflegen. Das war aufwändig. Vor diesem Hintergrund entwickelte Eduard Gerlach die Vision, Menschen bei Fußproblemen zu helfen und Fußpflege für alle erschwinglich zu machen. 1882 trug sein langjähriges Forschen Früchte. Er entwickelte die E. Gerlach's Praeservativ-Cream. Die Rezeptur fand schnell

reißenden Absatz und weltweit Beachtung. Der Siegeszug führte über internationale Ausstellungen – von Ostwestfalen über Kairo bis nach New York. 1910 übernahm Eduard Gerlach der Jüngere die Geschäfte. Gleichzeitig wurde mit der Umbenennung der Cream in GEHWOL FUSSKREM 1911 die Marke GEHWOL eingetragen. Die Eduard Gerlach GmbH wurde damit endgültig zum Pionier der modernen und professionellen Fußpflege.

Lebertran, Körperpflege und der Fuß

Das wachsende Geschäft mit chemisch-pharmazeutischen Produkten verdrängte im zweiten Jahrzehnt zunehmend die Kolonialwaren. Ins Sortiment des Unternehmens kamen Produkte wie das Nähr- und Kräftigungsmittel für Jung und Alt, „Gerlach’s Lebertran-Emulsion“, das Fußpflegepräparat GEHWOL flüssig oder die Marke GERLASAN für die Körperpflege. 1978 übernahmen Jobst-Peter Gerlach-v. Waldthausen und sein Vetter Klaus Gerlach-Meinders in vierter Generation das Geschäft von Gerhard Gerlach-Hollmann, der es 20 Jahre lang führte.

Beide bauten die Fußpflege aus und trieben die Partnerschaft mit dem Fachhandel weiter voran. Wieder deutete Gerlach die Zeichen der Zeit, denn auch die Dienstleistung „Fußpflege“ erlebte angesichts der selbstbewussten Nachkriegsgeneration mit ihrem Bewusstsein für Gesundheit und Gepflegtheit eine neue Bedeutung. Mit ihr verband sich eine zunehmende Professionalisierung. 1961 kam mit GEHWOL FUSSKRAFT die erste eigenständige Marke auf den Markt, die exklusiv für die Kunden der professionellen Fußpflege entwickelt wurde. Wenig später startete GERLACH TECHNIK mit der Entwicklung des ersten Fußpflegegerätes mit Mikromotorabsaughandstück und Schrank. Auf diese Weise komplettierte die Eduard

Gerlach GmbH das Sortiment für die moderne Fußpflege – „Alles für das Wohl der Füße“ und alles aus einer Hand.

Die enge Partnerschaft mit dem Fachhandel, die unter anderem durch ein über 80-köpfiges Außen- und Innendienstteam eine besondere Intensität besitzt, gehört seit jeher zu den Schlüsseln des Erfolgs der Eduard Gerlach GmbH. Ebenso wichtig ist die Innovationskraft, die seit der Einführung der ersten Fußpflegecreme nicht nachgelassen hat. Im Gegenteil: Immer wieder schafft es das Unternehmen, neue, innovative Präparate auf den Markt zu bringen. Beispiele dafür sind die Einführung des Deozinc[®] für einen lang anhaltenden Schutz vor Fußgeruch oder die Wellness-Serie GEHWOL FUSSKRAFT Soft Feet mit modernen Trendinhaltsstoffen wie Hyaluron, Milch und Honig. Zuletzt entwickelte Gerlach 2017 eine Spezialpflege für empfindliche Haut, die GEHWOL med Sensitive. Sie bietet zum Beispiel Menschen mit Neurodermitis eine Pflegeoption, die auf wissenschaftlich erprobten Wirkstoffen wie nanofreiem MicroSilver BG[™] basiert, Juckreiz lindert und vor Hautinfektionen schützt.

Von Lübbecke aus in die ganze Welt

Die absolute Qualitätsorientierung gehört zur Philosophie des Hauses, sodass nur Produkte auf den Markt kommen, die einen Nutzen haben und den eigenen, strengen Qualitätskriterien entsprechen. Dass dies so ist, dafür sorgen die rund 160 Mitarbeiter am Standort Lübbecke. „Ohne deren Engagement und Einsatz sowie ihre Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Marken wäre die lange Erfolgsgeschichte der Eduard Gerlach GmbH nicht denkbar gewesen“, loben die beiden Unternehmer Jobst-Peter und sein Sohn Timor Gerlach-v. Waldthausen, der seit 2018 als geschäftsführender Gesellschafter das Unter-

nehmen an der Seite seines Vaters in die kommende Ära führt.

Hinzu kommen internationale Märkte, die Gerlach mit Partnern vor Ort aufbaut. So liefert das Unternehmen inzwischen in 50 Länder rund um den Globus. Ob für Deutschland oder die internationalen Märkte – das Unternehmen blieb über die letzten 150 Jahre seinen Werten treu. Dazu zählen Qualitätsorientierung, Sensibilität für Probleme rund um den Fuß, Innovationskraft und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln.

Schlüssel des Erfolgs

Das eigens für das Jubiläum entwickelte Signet fasst die Erfolgskriterien des Traditionsunternehmens zusammen. Das Unternehmen, seine Mitarbeiter, seine Fachhandelspartner und seine Kunden sind seit 150 Jahren die maßgeblichen Schlüssel des gemeinsamen Erfolgs.

7.137 Zeichen inkl. Leerzeichen



Die Schlüssel des Erfolgs

1868 – 2018

Das Signet zum 150-jährigen Jubiläum der Eduard Gerlach GmbH verbindet die Geschichte mit der Gegenwart und gibt einen zuversichtlichen Blick in die Zukunft des Unternehmens. Das speziell entwickelte Logo bringt die Wichtigkeit des gemeinsamen Erfolgs zum Ausdruck. Drei Elemente: die Schlüsselmarke, der Slogan und die Jahreszahlen bilden zusammen eine Einheit.



Der „Drogenhandel“ Eduard Gerlachs in der Langen Straße in Lübbecke war der Ausgangspunkt für die Entwicklung hin zum führenden Fußpflege-Komplettanbieter.



Jobst-Peter Gerlach-v. Waldthausen und seit 2018 sein Sohn Timor Gerlach-v. Waldthausen führen als geschäftsführende Gesellschafter das Unternehmen in die kommende Ära.

Herausgeber:

EDUARD GERLACH GmbH,
Bäckerstr. 4-8, 32312 Lübbecke
Fachkreise: www.gehwol.de
Verbraucher: www.fussvital.info

Pressekontakt:

Dorothea Küsters Life Science Communications GmbH
Leimenrode 29, 60322 Frankfurt, Fax: 069 / 61 998-10

Dirk Fischer
Tel.: 069 / 61 998-21
fischer@dkcommunications.de

Stefan Dudzinski-Lange
Tel.: 069 / 61 998-17
dudzinski@dkcommunications.de